

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Indonesia negara yang sampai saat ini belum berhasil mengantisipasi kemiskinan, terlebih kemiskinan lapangan pekerjaan. Kemiskinan menjadi masalah sosial yang senantiasa untuk dikaji dan dibahas, bukan karena eksistensi kemiskinan yang telah ada tetapi karena dampak yang ditimbulkan dari kemiskinan. Kemiskinan pada umumnya didefinisi dari segi ekonomi khususnya dalam bentuk uang yang menjadi kebutuhan bagi masyarakat Indonesia dengan berbagai cara yang dilakukan masyarakat untuk mencukupi kebutuhan hidup, dengan kondisi yang serba kekurangan maka yang dapat dilakukan hanya fokus dan berusaha semaksimal mungkin agar tidak tergerus oleh pusaran krisis yang semakin menyengsarakan, bermacam cara dilakukan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan karena pada masa dulu saat transportasi atau teknologi canggih belum ada, sehingga melakukan aktivitas seperti bekerja masyarakat hanya berjalan kaki (Widjajanti, 2016: 267).

Dengan berjalannya dari waktu ke waktu masyarakat Indonesia bisa menggunakan transportasi untuk meringankan saat bekerja yaitu sarana transportasi hewan seperti kuda, lembu, dan sapi untuk melakukan perjalanan dari satu tempat ketempat lain. Permasalahan transportasi mengalami revolusi yang sangat pesat sejak tahun 1980-an. Permasalahan transportasi yang sebenarnya sudah terjadi sejak tahun 1960-an dan 1970-an, misalnya kemacetan,

polusi suara, udara, dan kecelakaan. Pada akhir tahun 1980-an, Negara maju memasuki tahapan yang jauh lebih maju dibandingkan dengan 20 tahun yang lalu di sektor perencanaan transportasi. Hal ini disebabkan pesatnya perkembangan mengenai elektronik dan teknologi lainnya yang memungkinkan berkembangnya beberapa prasarana transportasi, sistem pergerakan, dan pemenuhan kebutuhan akan transportasi yang tidak pernah terpikirkan pada masa lalu (Tamin, 1997:1).

Semakin berkembangnya transportasi suatu wilayah, akan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dengan bermacam-macam alat transportasi seperti adanya ojek sebagai sarana pergerakan manusia atau barang, serta sebagai alat bantu untuk mengarahkan pembangunan di perkotaan. Informasi yang ditemukan adanya **penyebaran transportasi di Indonesia semakin mengalami peningkatan seiring dengan berjalannya waktu. Seperti yang dikutip dari data** Korps Lalu Lintas Kepolisian Negara Republik Indonesia mencatat, jumlah kendaraan yang masih beroperasi di seluruh Indonesia pada 2013 mencapai 104,211 juta unit, 11% dari tahun sebelumnya 2012 yang cuma 94,299 juta unit. Dari jumlah itu, populasi terbanyak masih disumbangkan oleh sepeda motor dengan jumlah 86,253 juta unit di seluruh Indonesia, naik 11 % dari tahun sebelumnya 77,755 juta unit. Ojek menjadi salah satu yang terpopuler diantara sarana transportasi lainnya, dengan menggunakan motor sebagai alat transportasinya (Widianto, 2014:151).

Dengan menggunakan motor sebagai alat transportasinya, membuat berkendara menggunakan ojek lebih cepat dibandingkan dengan angkot, bus, maupun taksi. Karena kemacetan yang kini sering sekali terjadi di kota besar,

membuat masyarakat lebih memilih ojek sebagai alat transportasi agar dapat lebih cepat tiba ditempat tujuan. Masyarakat lebih mudah mengakses ojek tersebut karena biasanya para pengendara ojek memiliki pangkalan di daerahnya masing-masing, sehingga warga tidak perlu repot-repot menunggu transportasi untuk menghampiri mereka, selain itu tarif ojek juga tidak memiliki standar yang pasti, dan keamanan yang kurang menjanjikan (Ahrika, 2017:1).

Sebelumnya "ojek" sebagai sepeda yang disewakan, kata ini berasal dari bahasa Jawa. Boleh jadi, "ojek" berasal dari kata "obyek". Sebagaimana diketahui, kehidupan ekonomi masyarakat Indonesia dipertaruhkan yang mana tahun 60-an begitu sulit. Orang tidak bisa hidup melulu dari gaji. Karena itu orang harus mempunyai sumber penghasilan yang lain; berdagang, menjadi perantara. Pada masa itu melakukan pekerjaan sampingan yang terkenal dengan istilah "mengobyek". Orang-orang kecil tentu hanya bisa mengobyek dengan mengandalkan tenaga dan keringatnya. Karena itu, mereka yang memiliki sepeda akan memboncengkan orang lain untuk mendapat imbalan upah. "Ojek" adalah sepeda motor yang dibuat menjadi kendaraan umum untuk diboncengi penumpang. Gambaran ini kurang tepat. Sebab, jauh sebelum sepeda motor, orang sudah mengenal "ojek". Namun kendaraan yang dipakai adalah sepeda (Sobary, 2007:197)

Masyarakat yang beraktifitas sebagai tukang ojek, biasanya mereka berasal dari golongan kelas menengah ke bawah. Mereka bersifat independen atau tidak terikat oleh setoran, sehingga pada dasarnya ojek ini merupakan kendaraannya masyarakat desa dan kota. Sebelum penumpang menggunakan jasa ojek terdapat perjanjian antara pengendara ojek dan penumpang sebelum diantarkan ketempat

tujuan, sehingga kemampuan bernegosiasi sangat diandalkan. Harga yang dilakukan dengan cara negosiasi ini membuat harga jasa ojek ini sewaktu-waktu bisa berbeda tergantung pada kesepakatan antara pengendara ojek itu sendiri dengan penumpang. Tidak jarang jika pengendara ojek ini sering meminta harga yang terlalu tinggi untuk jasanya, sehingga hal ini yang sering membuat risih para pengguna ojek. Memang pada dasarnya ojek terbilang relatif mahal jika dibandingkan dengan kendaraan umum lainnya, karena ojek ini bersifat privat/sewa yaitu hanya mengangkut satu orang untuk sekali antar, mampu melewati berbagai jenis kemacetan dan memakan waktu lebih singkat dari pada angkutan umum lainnya (Naldi, 2013:1).

Walaupun ojek ini menjadi kendaraan favorit untuk digunakan di wilayah kota yang macet, namun harga dari jasa ojek inilah yang kemudian membuat orang untuk memikirkan kembali mengenai jasa ojek ini. Pengendara ojek ini bekerja secara berkelompok, berkumpul dititik-titik tertentu yang disebut dengan pangkalan ojek atau bahasa secara umum adalah ojek konvensional yang tidak terikat oleh perusahaan (*independen*). Biasanya pengendara ojek menunggu penumpang dititik-titik tersebut bersama dengan tukang ojek lainnya. Namun, pengendara ojek harus sabar dan saling menunggu bagian giliran mengangkut penumpang. Karena mengingat solidaritas mereka yang kumpul di satu tempat dan mengalami nasib yang sama sebagai pengendara ojek, sehingga mereka tidak ingin mengambil jatah teman satu kelompok pangkalannya karena alasan teman senasib (Faishal, 2016:5-6).

Belum ada angka pasti berapa jumlah pangkalan ojek maupun tukang ojek, khususnya di Sumatera Barat. Namun saat ini diperkirakan jumlahnya bisa

mencapai kurang lebih 10.000 pengendara ojek pangkalan di seluruh Sumatera Barat, dari hari kehari jumlah tukang ojek terus bertambah, terutama sejak berbagai produsen sepeda motor dan lembaga keuangan menawarkan uang muka kredit motor murah, bahkan ada yang hanya bayar DP Rp.500.000 saja, tanpa jaminan motor sudah bisa dibawa pulang (Indrawadi,2007:1).

Karena keterbatasan yang disebabkan oleh tata ekonomi untuk mengembangkan daya produktif kota secara penuh, maka muncul suatu sistem yang semakin bercabang dan berbelit dalam mempergunakan secara ekstrim sumber-sumber penghasilan kota yang mana istilah ini diperuntukan bagi konsumsi kolektif. Proses involusi kota ini rupanya makin diperkuat oleh modernisasi yang makin meningkat dan didukung oleh pemerintah. Secara keseluruhan dapat menyebutkan dengan memakai istilah yang dipergunakan Clifford Geertz yaitu involusi kota yang berdampak terhadap masalah perkotaan.

Dengan masuknya arus globalisasi dan modernisasi, muncul transportasi umum yang dapat diakses menggunakan *smartphone*. Berawal dari Jakarta sebagai pencetus ojek online di Indonesia, ojek online sebenarnya merupakan ojek yang berbasis aplikasi yang mana pelanggan memesan ojek lewat sistem aplikasi menggunakan *smartphone* dalam aplikasi sudah dapat diketahui jarak, lama pemesanan, harga, nama orang yang menjemput, serta perusahaan pengelolaannya. Seluruh identitas pengendara sudah diketahui secara pasti karena perusahaan pengelola telah melakukan proses verifikasi terlebih dahulu sebelum melakukan kerja sama kemitraan. Setiap pengguna transportasi ojek kini dapat menggunakan *smartphone* dengan aplikasi khusus untuk dapat mengakses ojek online. Transportasi ojek online mempunyai dua peran utama yaitu: sebagai alat

bantu untuk mengarahkan pembangunan diperkotaan dan sebagai prasarana bagi pergerakan manusia, jasa, dan barang. Konsumen bisa memanggil ojek hanya dengan sentuhan jari, bisa melakukan pembayaran juga via aplikasi, bahkan ojek online telah mewarnai transportasi diberbagai kota besar di Indonesia(Hamdani, 2016:5).

McGee mengontruksi sebuah model kota, dimana sebuah sektor lainnya oleh perekonomian “type firma” sedangkan sektor lainnya oleh perekonomian “type bazar” pola perekonomian type firma berkembang secara dinamis sedangkan type bazar mengalami kemunduran, dengan adanya masalah ini maka pertumbuhan kota dapat diterangkan dengan tersedianya lowongan pekerjaan yang diberikan oleh pemerintah kota, atau pemerintah memberikan ketegasan mengenai transportasi online sehingga tidak membuat ojek pangkalan kalah saing, jika ingin memajukan transportasi suatu wilayah terlebih di perkotaan, pemerintah juga harus bisa memikirkan dampak buruk bagi masyarakat(Evers, 1986:9).

Dengan masuknya kompetitor baru tidak membuat pengendara ojek pangkalan berdiam saja, mereka tentu mengatur strategi pemasaran dengan membuat konsumen tertarik karena untuk mendapatkan konsumen sangat susah dan transportasi juga sudah memadati kota ini, biasanya strategi pemasaran untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi perilaku konsumen. Dalam pengembang strategi pemasaran harus mempertimbangkan untuk kepuasan konsumen khususnya yang dikembangkan dan diterapkan oleh pangkalan ojek yang berhasil. Memiliki kekuatan besar terhadap konsumen dan masyarakat luas, strategi pemasaran bukan hanya disesuaikan dengan konsumen, tetapi juga

mengubah apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh konsumen tentang diri mereka sendiri, tentang berbagai macam tawaran yang diberikan pangkalan ojek sehingga saling membutuhkan antara pengendara dan konsumen (Setiadi, 2015: 8-10).

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kecamatan dan Kelurahan Di Kota Padang Tahun 2018**

<b>No</b>	<b>Nama Kecamatan</b>	<b>Jumlah Kelurahan</b>
1	Bungus Teluk Kabung	6 Kelurahan
2	Koto Tangah	13 Kelurahan
3	Kuranji	9 Kelurahan
4	Kecamatan Lubuk Begalung	15 Kelurahan
5	Lubuk Kilangan	7 Kelurahan
6	Nanggalo	6 Kelurahan
7	Padang Barat	10 Kelurahan
8	Padang Selatan	12 Kelurahan
9	Padang Timur	10 Kelurahan
10	Padang Utara	7 Kelurahan
11	Pauh	9 Kelurahan
	<b>Jumlah</b>	<b>104 Kelurahan</b>

*Sumber: Data primer, Tahun 2018*

Dapat dilihat dari tabel diatas Kecamatan Lubuk Begalung yang memiliki Kelurahan terbanyak yaitu berjumlah 15 Kelurahan. Maka dari itu peneliti mengambil lokasi penelitian berdasarkan jumlah Kelurahan yang terbanyak, dan peneliti telah mengobservasi lokasi tempat penelitian yang masih banyak terdapat pangkalan ojek hampir disetiap kelurahan di Kecamatan Lubuk Begalung.



**Tabel 1.2**

**Jumlah Tempat Lokasi Pangkalan Ojek Kecamatan Lubuk Begalung Pada Tahun 2018**

No	Kelurahan	Jumlah Pangkalan Ojek	Jumlah Pengendara Ojek
1	Batung Taba Nan XX	1	14
2	Banuaran Nan XX	1	5
3	Cengkeh Nan XX	1	17
4	Gates Nan XX	2	26
5	Gurun Laweh	1	5
6	Kampung Jua Nan XX	1	6
7	Koto Baru Nan XX	1	4
8	Lubuak Begalung Nan XX	1	20
9	Pengambiran Ampalu Nan XX	1	9
10	Parak Laweh Pulai Aia Nan XX	1	4
11	Pitameh Tanjuang Saba Nan XX	1	7
12	Tanah Sirah Piai Nan XX	1	15
13	Tanjung Aur Nan XX	1	7
Jumlah		14	139

*Sumber : Data Primer, Tahun 2018*

Dari data yang diperoleh jumlah pengendara ojek pangkalan 139 dan ada 14 pangkalan di Kecamatan Lubuk Begalung. Dengan cara bertanya kepada pengendara ojek dan ketua pangkalan ojek di Kelurahan Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Maka dari itu peneliti mengambil 5 Kelurahan yang ada pangkal ojek dengan anggota terbanyak, yaitu Kelurahan Batung Taba, Kelurahan Cengkeh, Kelurahan Gates, Kelurahan Lubuk Begalung, dan Kelurahan Tanah Sirah Piai.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Dengan asumsi peneliti ojek pangkalan merupakan masalah sosial yang dari dulu sampai sekarang, angkutan umum yang tidak resmi ini menjadi transportasi bagi masyarakat. Pada penelitian ini peneliti menempatkan



pengendara ojek pangkalan sebagai subjek penelitian yang cenderung sulit untuk mendapatkan konsumen, sehingga para pengendara ojek pangkalan lebih pintar mengatur strategi dalam mendapatkan konsumen, dengan salah satu cara yang peneliti sudah ketahui yaitu pengendara ojek pangkalan memberikan seperti nomor *handphone* kepada konsumen sehingga bisa lebih mudah jika ada keperluan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan dipangkalan ojek, yang masih bisa dikatakan banyaknya pangkalan-pangkalan ojek di persimpangan jalan., sepengamatan peneliti pengendara ojek pangkalan lebih banyak duduk-duduk menunggu konsumen dipangkalan. Pada umumnya pengendara ojek pangkalan ini berjenis kelamin laki-laki berumur 37-56 tahun yang bekerja setiap hari sebagai pengendara ojek. Pendapatan yang didapat saat mengojek tidak menentu. Jika seperti ini cenderung sulit memenuhi kebutuhan hidupnya dikarenakan penghasilan yang didapatkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari cenderung tidak mencukupi atau kurang. Lalu bagaimana strategi ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen bisa mencukupi atau memenuhi kebutuhan sehari-hari?

Oleh sebab itu menarik dikaji bagaimana *Strategi Pengendara Ojek Pangkalan Dalam Mendapatkan Konsumen di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang?*

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

### 1.3.1. Tujuan Umum

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan Strategi pengendara ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang

### 1.3.2. Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan latar belakang pengendara ojek pangkalan.
2. Mendeskripsikan strategi pengendara ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen.

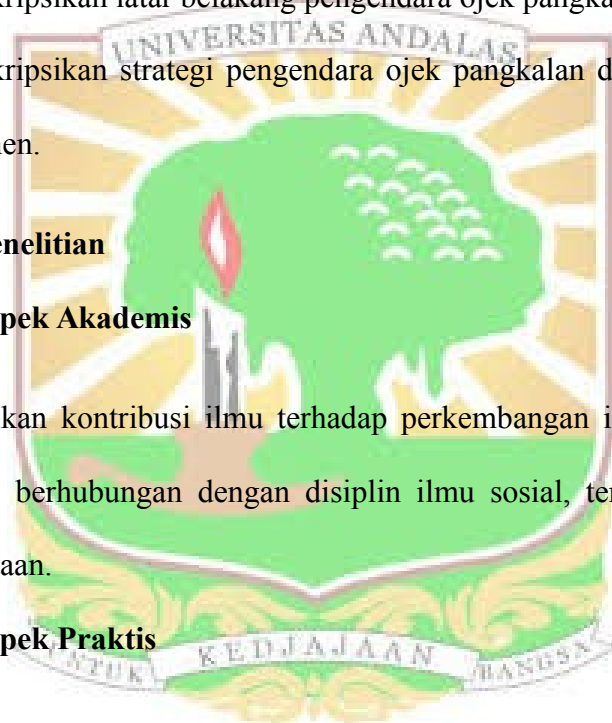
### 1.4. Manfaat Penelitian

#### 1. Bagi Aspek Akademis

Memberikan kontribusi ilmu terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama bagi studi Sosiologi Perkotaan.

#### 2. Bagi Aspek Praktis

Memberikan bahan masukan bagi instansi-instansi pemerintah dan pihak-pihak terkait dalam memahami persoalan pengendara ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumendan bahan masukan bagi peneliti lain khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut.



## 1.5. Tinjauan Pustaka

### 1.5.1. Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang, dengan menyatakan bahwa strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.

Pada perkembangan selanjutnya menjelaskan tentang strategi, yaitu alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing, dan menyatakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi” bukan dimulai dari “apa yang terjadi” terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen.

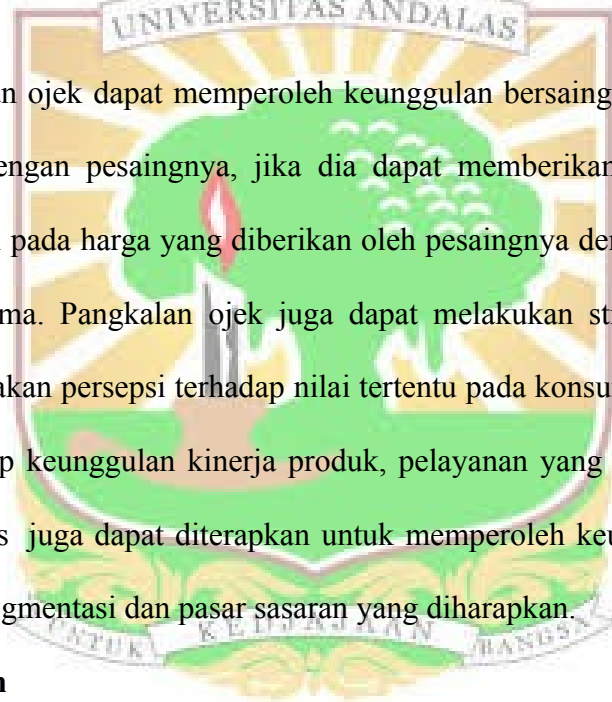
Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut (Rangkuti, 2005:5-6) :

1. *Distinctive competence* (kompetensi khusus): Tindakan yang dilakukan oleh pangkalan ojek agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan pesaingnya. Suatu pangkalan ojek yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh pangkalan ojek pesaing dipandang sebagai memiliki “*distinctive competence*”. *Distinctive competence* menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi. mengemukakan ada dua identifikasi *distinctive competence* dalam suatu organisasi, yaitu: keahlian tenaga kerja

dan kemampuan sumber daya. Faktor tersebut menyebabkan pangkalan ojek ini dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibanding dengan pesaing.

2. *Competitive advantage* (keunggulan kompetitif): Kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh pangkalan ojek agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan pangkalan ojek untuk merebut peluang besar.

Pangkalan ojek dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya, jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah dari pada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas produk yang sama. Pangkalan ojek juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya misalnya, persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, pelayanan yang lebih baik. Selain itu strategi fokus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan.



### **1.5.2.Konsumen**

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat dan harus memahami apa yang mereka pikirkan dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan apa serta dimana (kejadian di sekitar) yang

memengaruhi serta di pengaruhi oleh apa yang di pikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

Dari definisi tersebut terdapat tiga ide penting, yaitu (1) perilaku konsumen adalah dinamis (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitardan (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.

Perilaku konsumen adalah dinamis, berarti bahwa perilaku seseorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Perilaku konsumen melibatkan pertukaran, itu merupakan hal terakhir yang ditekankan dalam definisi perilaku konsumen, yaitu pertukaran di antara individu (Setiadi, 2015:2-3).

### **1.5.3. Transportasi Di Perkotaan**

Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakan oleh manusia atau mesin. Transportasi menjadi kebutuhan kedua atau kebutuhan turunan dari ekonomi masyarakat. Peranan transportasi pada pembangunan wilayah secara menyeluruh telah membawa dampak yang luar biasa terutama sekali pada hubungan antar berbagai wilayah (aksesibilitas). Adapun transportasi:

1. Transportasi udara adalah suatu bentuk keterikatan dan keterkaitan antara penumpang, barang, sarana, dan prasarana ruang darat serta udara yang berinteraksi dalam rangka perpindahan orang atau barang yang tercakup dalam tatanan baik secara alami maupun buatan, seperti pipa saluran (gas dan minyak).

2. Transportasi laut adalah suatu bentuk keterkaitan antar penumpang, barang, sarana, dan prasarana ruang darat dan laut yang berinteraksi dalam rangka perpindahan orang atau barang yang tercakup dalam tatanan baik secara alami maupun buatan seperti air (sungai dan lautan).
3. Transportasi darat adalah suatu bentuk keterkaitan dan keterkaitan antara penumpang, barang, sarana dan prasarana ruang darat yang berinteraksi dalam rangka perpindahan orang atau barang yang tercakup dalam tatanan baik secara alami maupun buatan.

Transportasi darat mencakup 2 jenis yaitu :

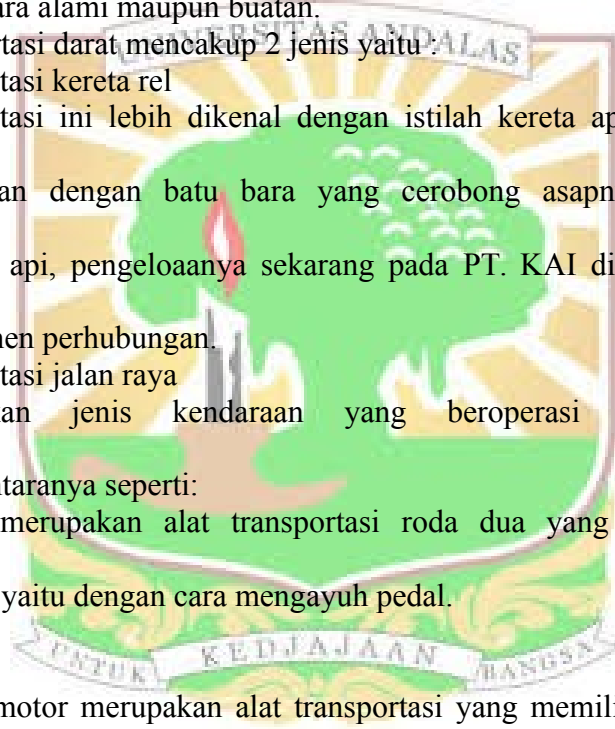
A. Transportasi kereta rel

Transportasi ini lebih dikenal dengan istilah kereta api karena dulunya digerakkan dengan batu bara yang cerobong asapnya mengeluarkan percikan api, pengelolaanya sekarang pada PT. KAI dibawah koordinasi departemen perhubungan.

B. Transportasi jalan raya

Merupakan jenis kendaraan yang beroperasi memakai jalan, yang diantaranya seperti:

1. Sepeda merupakan alat transportasi roda dua yang digerakkan oleh manusia yaitu dengan cara mengayuh pedal.
2. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang memiliki roda dua yang digerakkan oleh motor. Saat ini sepeda motor adalah jenis kendaraan yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia.
3. Mobil angkutan barang merupakan alat transportasi bermotor yang digunakan untuk mengangkut barang.



4. Bus merupakan kendaraan yang sama seperti mobil penumpang akan tetapi muatan penumpang atau tempat duduknya lebih banyak(Rudi, 2014:3-16).

#### **1.5.4. Pengendara Ojek Pangkalan**

Menurut KBBI pengendara adalah orang yang mengendarai kendaraan dengan memboncengi orang dengan menggunakan motor. Ojek pangkalan adalah para pekerja transportasi ojek yang biasa berkumpul atau menetap di sebuah jalan yang sekiranya banyak mendapat penumpang. Biasanya ojek pangkalan ini bertempat di depan komplek, atau depan gang, pasar dan lain-lain. Tapi nyatanya, meski tidak dianggap terorganisir, ojek pangkalan sebenarnya memiliki struktur sosial yang tertata rapi dalam suatu komunitas atau panguyuban(Ahrika, 201:8-9)

Kelebihan Ojek pangkalan

1. Secara lisan
2. Harga yang dapat ditawarkan
3. Tidak perlu menunggu pengendara Gojek, bisa langsung mencari ojek pangkalan di luar.
4. Lebih fleksibel dalam perubahan tempat tujuan, waktu penjemputan, dan lain-lain.
5. Merasa kasihan terhadap ojek pangkalan

#### **1.5.5. Kaitan Ojek Dengan Perkotaan**

Bertambahnya jumlah penduduk membawa dampak kebutuhan kendaraan untuk transportasi pendukung mobilitas masyarakat dalam beraktivitas. Keberadaan angkutan umum di perkotaan maupun di pedesaan sangat



berpengaruh, seperti ojek pangkalan. Keterkaitan ojek dengan perkotaan berpengaruh sangat besar, pada umumnya masyarakat di kota lebih memilih ojek ketimbang angkutan lain, karena ojek lebih cepat sampai dan bisa menyelip ketika macet di jalan. Ojek pangkalan di kota kendaraannya lebih menarik dari pada kendaraan ojek di desa, motornya sudah pada bagus-bagus, pengendara ojek diwajibkan mempunyai surat-surat mengendarai, penumpang lebih bervariasi dari anak-anak, anak remaja sampai orang tua.

Berbeda dengan pedesaan yang juga ada angkutan umum ojek yang sangat membantu masyarakat, terlebih untuk mengantar barang atau orang dari satu tempat ke tempat lain yang jaraknya bisa bikin “gempor” kalau jalan kaki. Di sisi finansial, ojek lebih murah ketimbang mobil atau bus desa. Kendaraan yang digunakan di desa jauh berbeda dengan yang ada di kota asalkan bisa jalan untuk mengantarkan penumpang itu sudah cukup, seperti kendaraan motor yang mati pajak, pengendara ojek tidak ada izin surat-surat mengemudi dan pengendara ojek di desa seenak dan sesuka hatinya jika mengendarai, tidak memikirkan keselamatan penumpangnya. Akan tetapi ojek pangkalan di desa dan di kota sangat jauh berbeda terlebih masuknya ojek Online di perkotaan yang menjadi pesaing bagi ojek pangkalan yang ada di perkotaan, kini keberadaan ojek dapat ditemukan dimana saja, khususnya wilayah perkotaan. Dengan didukung dan dilengkapi ponsel yang berjenis *smartphone* dan dilengkapi aplikasi tertentu (Arifin, 2005:75).

### 1.5.6. Tinjauan Sosiologi

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori pertukaran social peter M. Blau yang mendefinisikan teori pertukaran sebagai tindakan sukarela individu yang dimotivasi oleh imbalan yang mereka harapkan ( Mark V, 2013:12). Harapan yang diinginkan berupa keuntungan atau sama dengan apa yang dilakukan. Keuntungan dapat berupa instrinsik seperti cinta, Afeksi dan penghargaan. Sementara dalam bentuk ekstrinsik seperti uang, barang, atau bantuan yang diberikan oleh orang lain.

Jadi, dalam pertukaran social, Blau mengatakan bahwa seseorang yang memberikan bantuan demi kepuasan dan penghargaan yang diterima sebagai balasannya. Selain itu seseorang akan merasa tertarik dengan orang lain apabila ia mengharapkan sesuatu yang dapat menguntungkannya. Keuntungan yang diperoleh juga dapat berupa relasi atau hubungan social. Hal yang membedakannya dengan pertukaran ekonomi adalah tidak ada unsure kesengajaan seperti negosiasi dan tawar menawar antar kedua belah pihak. (Johnson,1990:78-79).

Teori pertukaran social mengatakan bahwa seseorang akan terus bertindak dalam perilaku yang mereka anggap bermanfaat dan akan berhenti apabila dalam perilaku nilainya telah terbukti terlalu tinggi. Dengan kata lain seseorang akan mengulang atau melanjutkan tindakannya apabila menguntungkan dan mendapat respon positif dari tindakannya tersebut. Di sisi lain, seseorang akan berhenti bertindak apabila tindakanya tidak mendapat balasan yang setimpal. Teori pertukaran social berangkat dari asumsi *do ut des* yang artinya saya memberikan

supaya engkau member. Misalnya seseorang akan selalu mengucapkan salam dan bersikap ramah ketika bertemu temannya, namun apabila temannya tidak mengucapkan salam kembali ia akan berhenti mengucapkan salam dan bersikap ramah pada temannya tersebut. Dalam teori pertukaran social hal yang ditukar bukan hanya materi namun dapat berupa interaksi dan atau tingkah laku dalam kehidupan social. Imbalan yang diterima hanya dapat diperoleh dari interaksi social misalnya dicintai, dihormati, perasaan senang, perasaan puas, dan pemenuhan kebutuhan social lainnya. Jadi, teori pertukaran adalah dimana tujuan seseorang dicapai melalui interaksinya dengan orang lain.

Pertukaran social hanya dapat terjadi apabila adanya interaksi dengan orang lain dan interaksi tersebut berhasil. Pertukaran social memiliki dua konsep penting dalam teorinya yaitu *cost* dan *reward*. *Reward* yang didapat bukan hanya berupa materi, namun aspek-aspek social seperti hubungan pertemanan, penghargaan, afeksi, dan aktualisasi diri termasuk dalam ganjaran atas pertukaran sosial.

Dalam penelitian ini, melakukan suatu tindakan *philanthropy* (kedewasaan) yang bersifat sukarela memang tidak mengharapkan ganjaran atau imbalan namun dalam pelaksanaannya yang melibatkan orang lain turut menghasilkan suatu interaksi social. Dari interaksi social ini akhirnya terwujud suatu pertukaran antara keduanya yang disebut dengan pertukaran sosial, dimana hal yang ditukarkan bukan hanya materi.

Tindakan kerelawanan yang dilakukan sesuai dengan prinsip sukarela yaitu tanpa meminta imbalan dari orang yang sudah diberikan bantuan. Namun dalam

kehidupan sosial selalu terdapat pertukaran sosial atau *social exchange* dimana dalam sebuah hubungan sosial terdapat unsure ganjaran, pengorbanan, dan keuntungan yang saling mempengaruhi. Ganjaran atau imbalan ini bukan hanya berbentuk materi namun apresiasi, pengakuan, dan relasi sosial dapat menjadi ganjaran dalam pertukaran sosial.

#### **1.5.7. Penelitian Relevan**

Penelitian yang dirasa relevan dengan strategi ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen adalah Naldi (2014) Strategi Bertahan Ojek Sebagai Sarana Transportasi Di Limau Manis (Kecamatan Pauh Kota Padang). Hasil penelitian ini yang dilihat dari faktor motivasi masyarakat memilih sepeda motor yang digunakan untuk transportasi umum sebagai transportasi yang efektif dan efisien. Selanjutnya motivasi sepeda motor yang digunakan untuk angkutan umum buat keluarga untuk mendapatkan penghasilan dan sepeda motor yang digunakan untuk strategi transportasi umum untuk mendapatkan penumpang, menjaga hubungan baik untuk penumpang yang ramah.

Selanjutnya Hendita (2016) Rasionalitas Ojek Konvensional Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Di tengah Adanya Go-jek Di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini melihat bahwasanya adanya pangkalan ojek untuk mempertahankan eksistensinya yang pertama dilihat dari nilai ekonomi (Pendapatan menjadi ojek konvensional lebih menjanjikan dari pada menjadi Gojek), yang kedua adanya solidaritas (ojek konvensional lebih mengutamakan kerukunan dan gotong royong), dan yang ketiga adanya nilai tradisi (negosiasi tarif antara penumpang

dan ojek, sehingga lebih memberikan kebebasan penumpang untuk menawar sesuai yang diinginkan.

Kemudian Penelitian dari Faisal (2016). Dampak Kemunculan Ojek Online Dalam Kehidupan Ojek Pangkalan Di Kota Jakarta (Studi Mahasiswa Sosiologi FISIP UGM). Hasil penelitian yang didapatkan tidak terlepas dari beberapa faktor yakni, faktor ekonomi, faktor sosial, dan faktor kemajuan teknologi. Para ojek pangkalan ini mempunyai perbedaan dalam memaknai pekerjaan yang mereka lakukan. Kerja dianggap sebagai wujud nyata dari aktivitasnya dan nantinya akan menghasilkan materi untuk mempertahankan hidupnya. Dalam melakukan pekerjaan sebagai ojek pangkalan mempunyai tujuan-tujuan yang hendak dicapainya yaitu untuk menunjukkan eksistensinya kepada semua orang bahwa ojek pangkalan masih di minati oleh konsumen.

Peneliti yang diatas merupakan penelitian yang relavan dengan penelitian yang dilakukan. Tetapi banyak perbedaan dengan penelitian yang diteliti seperti fokus kajiannya, waktu penelitiaannya, lokasi penelitiaannya, dan teori yang digunakannya. Fokus penelitian mengetahui latar belakang pengendara, usia dan lama bekerja pengendara, pendidikan pengendara, keluarga serta ekonomi pengendara, hubungan sesama pengendara ojek, dan deskripsi pekerjaan pengendara ojek. Serta strategi pengendara ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen yang meliputi tawar menawar ongkos, memberikan nomor Hp kepada konsumen, konsumen bisa berhutang dengan pengendara yang telah disepakati,

menerima jasa order makanan atau barang, penampilan pengendara yang rapi dan tarif khusus mahasiswa Rp 2.000.

## **1.6. Metodologi Penelitian**

### **1.6.1. Pendekatan dan Tipe Penelitian**

Penelitian ini mendeskripsikan strategi pengendara ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen polamenggunakan pendekatan kualitatif. Sebagaimana yang disampaikan oleh Afrizal (2014 : 11) bahwa pendekatan mengacu pada perspektif teoritis yang dipakai oleh para peneliti dalam melakukan penelitian. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif kedalam bentuk angka-angka. Sedangkan menurut Moleong (2004:6) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan lain secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Alasan dari penggunaan pendekatan kualitatif menurut Afrizal (2014:17) adalah karena memang diperlukan kata-kata dan perbuatan manusia dianalisis untuk mencapai tujuan penelitian.

Tipe penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penelitian yang bermaksud memberi gambaran mendalam, sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Menurut (Nazir,1988:63)metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran

ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Sedangkan menurut Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Penelitian ini dilakukan dengan tipe deskriptif untuk menggambarkan dan menjelaskan secara rinci mengenai strategi pengendara ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen.

#### **1.6.2. Informan Penelitian**

Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, maka diperlukanlah informan. Informan berguna untuk mendapatkan informasi sedetil mungkin berdasarkan kebutuhan peneliti. Menurut Moleong (2004 : 132) mendefinisikan bahwa informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Ia berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Ia merupakan anggota tim yang dengan kebaikannya dan kesuka-relaannya ia dapat memberikan pandangan dari segi orang-dalam tentang nilai-nilai, sikap, bangunan, proses, dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian tersebut.

Afrizal (2014 : 139) menambahkan pengertian informan penelitian yaitu orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau



suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Kata informan harus dibedakan dari kata responden. Informan adalah orang-orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian, sedangkan responden adalah orang-orang yang hanya menjawab pertanyaan-pertanyaan pewawancara bukan memberikan informasi atau keterangan. Karena dalam penelitian kualitatif peneliti harus menempatkan orang yang diwawancarai sebagai sumber informasi, maka selayaknya mereka disebut informan bukan responden

Afrizal (2014 : 139)membagi dua kategori informan yaitu informan pelaku dan informan pengamat:

1. Informan pelaku, yaitu informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Mereka adalah subyek dari penelitian itu sendiri,yang menjadi informan pelaku adalah pengendara ojek pangkalan.
2. Informan Pengamat, yaitu informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informan kategori ini dapat orang yang tidak diteliti dengan kata lain orang lain yang mengetahui orang yang kita teliti atau agen kejadian yang diteliti. Mereka disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Informan penelitian ini keluarga ojek pangkalan,masyarakat sekitar ojek pangkalan dan konsumen.

Untuk mendapatkan informan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni dengan cara mencari informan-informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Afrizal (2014 : 140) menyebutnya sebagai mekanisme disengaja yang berarti sebelum melakukan penelitian para peneliti menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang dijadikan sumber informasi. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, peneliti telah mengetahui identitas orang-orang yang dijadikan informan penelitiannya sebelum penelitian dilakukan.

➤ Penetapan kriteria-kriteria informan pelaku tersebut antara lain:

1. Pengendara ojek pangkalan yang bekerja setiap hari
2. Pengendara ojek pangkalan yang telah bekerja 1 tahun lebih
3. Pengendara ojek pangkalan yang telah berkeluarga
4. Pengendara ojek pangkalan yang memiliki anak dan tanggungan

➤ Penetapan kriteria-kriteria informan pengamat tersebut antara lain:

1. Mengetahui yang dilakukan pengendara ojek pangkalan dirumahnya
2. Mengetahui keseharian pengendara ojek di pangkalan ojek setiap harinya
3. Konsumen yang naik ojek pangkalan lebih dari 4 x dalam seminggu.

Jumlah informan yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan kecukupan data, berarti informasi dari informan-informan sebelumnya dirasakan menyerupai maksud dari permasalahan maka proses pengumpulan data dapat dihentikan, karena telah menjawab pertanyaan penelitian. Berikut ini adalah tabel yang berisi orang-orang yang menjadi informan dalam penelitian dimana jumlahnya ada 25 orang, yaitu 7 informan pelaku dan 18 informan pengamat yang terdiri dari 7

keluarga informan pelaku, 5 masyarakat sekitar pangkalan ojek dan 6 konsumen. Informan pelaku yang peneliti dapat berdasarkan kriteria sebanyak 7 orang dengan berdasarkan data yang peneliti dapatkan, peneliti beramsumsi mengambil 1 informan pelaku, jika belasan anggota pengendara ojek setiap pangkalan dan peneliti mengambil 2 informan pelaku, jika puluhan anggota pengendara ojek setiap pangkalan, untuk melihat perbandingan strateginya.

**Tabel 1.3**  
**Informan Pelaku ( Pengendara Ojek)**

No	Nama	Kelurahan	Umur	Pendidikan terakhir	Pekerjaan terakhir	Penghasilan mengojek/hari
1	Efendi	Tanah sirah piai	56Th	SD	Supir Truk	Rp.80.000-100.000
2	Haksa	Batung Taba	46Th	SD	Buruh Pabrik	Rp.50.000-70.000
3	Muchlis	Cengkeh	55Th	SMP	Pekerja Banggunan	Rp.100.000-150.000
4	Erwin	Gates	48Th	SMP Teknik	Pelatih Bela Diri	Rp.70.000-150.000
5	Fauzan	Lubeg	49Th	SMA	Bengkel	Rp.70.000-80.000
6	Hendra	Lubeg	37Th	STM	Kurir Pengantar Barang	Rp.50.000-90.000
7	Sunanto	Gates	55Th	SMP	PT Swasta	Rp.100.000-150.000

*Sumber: Data primer, Tahun 2018*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa informan pelaku berjumlah 7 orang, berdasarkan kriteria yang ditemui dilapangan. Hal yang akan diteliti adalah pengendara ojek pangkalan. Pengendara ojek pangkalan adalah orang yang berkumpul disatu titik untuk mengantarkan konsumen ke tempat tujuannya,

sehingga ini menjadi faktor utama pengendara mendapatkan konsumen dengan strateginya.

**Tabel 1.4**  
**Informan Pengamat (Keluarga Pengendara Ojek Pangkalan)**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Status</b>	<b>Umur</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Kelurahan</b>
1	Vera	Anak	27 Th	IRT	Tanah Sirah Piai
2	Nurneli	Istri	45 Th	IRT dan Memiliki Warung	Batung Taba
3	Marliani	Istri	51 Th	IRT	Cengkeh
4	Res	Istri	47Th	IRT dan Memiliki Warung	Gates
5	Nursamsi	Ibu	65 Th	IRT	Lubeg
6	Rice	Istri	35 Th	IRT	Lubeg
7	Rona Sinaga	Istri	53 Th	IRT	Gates

*Sumber: Data Primer, Tahun 2018*

Dapat dilihat bahwa informan pengamat pengendara di rumah berjumlah 7 orang, karena mengetahui informan pelaku yang bekerja sebagai pengendara ojek. Karena penghasilan yang didapat pengendara ojek kadang tidak sesuai yang di harapkan keluarga. Maka dari itu perlunya wawancara dengan informan pengamat yaitu keluarga pengendara ojek. Supaya bisa mengetahui apa-apa saja pengeluaran dari informan pelaku dan keluarga.

**Tabel 1.5**  
**Informan Pengamat (Masyarakat Sekitar Pangkalan Ojek)**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Jenis kelamin</b>	<b>Umur</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Kelurahan</b>
1	Upiak	Perempuan	47 Th	Isi ulang Depot Air Galon	Tanah Siarah Piai
2	Nadia	Perempuan	26 Th	Berjualan Kecil-Kecilan	Batung Taba
3	Zal	Laki-laki	50 Th	Berdagang Sepray dan Berjualan Lontong	Cengkeh
4	Arianto	Laki-laki	60 Th	Berjualan Es Oyen	Lubeg
5	Oja	Laki-laki	25 Th	Buka Nasi Ampira	Gates

*Sumber: Data Primer, Tahun 2018*

Tabel diatas informan pengamat masyarakat disekitar pangkalan ojek berjumlah 5 orang yaitu di masing-masing pangkalan di kelurahan tersebut. Dengan pemilihan informan pengamat yang mengetahui keseharian dari aktifitas pengendara ojek pangkalan, sehingga bisa mengetahui beberapa strategi pengendara ojek dengan persaingan ekonomi yang tidak dapat diperkirakan lagi, terlebih adanya ojek online.

**Tabel 1.6**  
**Informan Pengamat (Konsumen)**

No	Nama	Jenis kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Febi	Perempuan	20 Th	Karyawati
2	Nia	Perempuan	25 Th	Karyawati
3	Harni	Perempuan	50Th	Guru
4	Zul	Laki-laki	51 Th	Supir Truk
5	Gina	Perempuan	13 Th	Siswa SMP
6	Yona	Perempuan	21 Th	Mahasiswa

*Sumber: Data primer, Tahun 2018*

Pemilihan informan pengamat sebagai konsumen berjumlah 6 orang, mereka adalah pemanfaatan dari strategi yang diberikan pengendara ojek pangkalan. Sehingga dapat diketahui strategi apa saja yang diberikan pengendara untuk mendapatkan konsumen, disaat sekarang mendapatkan konsumen tidak semudah dulu.

### **1.6.3. Data yang Diambil**

Menurut Lofland (dalam Moleong, 2004 : 112), sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Selebihnya hanyalah data tambahan seperti dokumen, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, data didapat melalui dua sumber, yaitu :

## 1. Data primer

Data primer atau data utama merupakan data atau informasi yang didapatkan langsung dari informan penelitian dilapangan. Data primer didapatkan dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam (Moleong, 2004 : 155).

Dengan menggunakan teknik wawancara, peneliti mendapatkan data dan informasi-informasi penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data primer yang diambil adalah data yang menyangkut tentang jumlah Kecamatan dan Kelurahan Di Kota Padang, jumlah pengendara ojek pangkalan disetiap Kelurahan di Kecamatan Lubuk Begalung, usia dan lama bekerja, pendidikan pengendara ojek, pekerjaan sebelumnya, perkawinan jumlah anak, dan deskripsi pekerjaan pengendara ojek pangkalan.

## 2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data tambahan yang diperoleh melalui penelitian pustaka yakni pengumpulan data yang bersifat teori yang berupa pembahasan tentang bahan tertulis, literatur hasil penelitian (Moleong, 2004: 159).Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, yakni dengan cara mempelajari bahan-bahan tertulis, literatur-literatur yang berkaitan. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam pengambilan data sekunder adalah dengan pergi ke kantor Kecamatan Lubuk Begalung yang diperoleh seperti kondisi geografis, demografi penduduk, pendidikan, pemerintahan,dan peta Kecamatan Lubuk Begalung.

Adapun data primer dan sekunder yang peneliti ambil tersaji didalam tabel berikut ini.

**Tabel 1.7**  
**Data Yang Diambil**

<b>N O</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Data yang dikumpulkan</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data</b>
1	Mendeskripsikan latar belakang pengendara ojek pangkalan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia dan lama bekerja pengendara</li> <li>• Pendidikan</li> <li>• Pekerjaan sebelumnya</li> <li>• Perkawinan, jumlah anak dan status rumah</li> <li>• Hubungan sesama pengendara ojek</li> <li>• Deskripsi pengendara ojek</li> </ul>	<b>Observasi dan wawancara</b>
2	Mendeskripsikan strategi pengendara ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen	Strategi pengendara ojek dalam mendapatkan konsumen dan apa bentuk strateginya	<b>Observasi dan wawancara</b>

*Suber: Data primer, Tahun 2018*

#### **1.6.4. Teknik dan Proses Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Sedangkan alat adalah benda yang digunakan untuk mengumpulkan data. Sedangkan alat adalah benda yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini menggunakan alat pengumpulan data berupa :

1. Daftar pedoman wawancara, digunakan sebagai pedoman dalam mengajukan pertanyaan kepada informan
2. Buku catatan dan pena, digunakan untuk mencatat seluruh keterangan yang diberikan oleh informan



3. Alat perekam berupa *handphone* digunakan untuk merekam sesi wawancara yang sedang berlangsung
4. Kamera, digunakan untuk mendokumentasikan peristiwa yang terjadi ketika proses penelitian berlangsung

Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data berupa :

1. Observasi

Observasi merupakan suatu aktivitas penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang keterkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung dilapangan. Teknik observasi dipilih karena dapat memahami relitas sosial dan interaksi sosial dapat menyimpulkan hal-hal yang bersifat intra-subyektif dan inter-subyektif yang timbul dari tindakan aktor yang diamati. Pada penelitian ini peneliti menyampaikan maksud penelitian kepada kelompok yang diteliti, cara observasi seperti yang disebut dengan *participant as observer*.

Observasi, peneliti langsung kelapangan mengamati setiap tingkah laku informan, aktivitas sehari-hari ketika saat bekerja sebagai pengendara ojek pangkalan. Observasi sudah dilakukan awal perencanaan penelitian ini, beberapa orang pengendara ojek pangkalan menjadi subyek menarik untuk dikaji. Adapun yang diobservasi selama penelitian ini adalah lokasi tempat pengendara ojek bekerja yaitu pangkalan ojek. Kendaraan yang dipakai pengendara ojek dan hubungan sesama pengendara ojek yang lainnya. Bagaimana cara mendapatkan konsumen, seperti tawar menawar ongkos, memberikan nomor Hp kepada konsumen, konsumen bisa berhutang dengan pengendara, menerima jasa order

makanan atau barang, berpenampilan rapi dan tarif khusus mahasiswa Rp 2.000. Selanjutnya observasi yang dilakukan di rumah pengendara ojek pangkalan dengan melihat kediaman pengendara ojek pangkalan dengan keluarga, memperhatikan setiap sudut rumah dan orang-orang berada di rumah dan selanjutnya observasi dilakukan disekitar pangkalan ojek di setiap kelurahan. Observasi ini sudah dilakukan sejak bulan April 2018.

## 2. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara adalah pertemuan langsung dengan informan penelitian serta mengumpulkan informasi dari hasil percakapan dengan informan. Maksud mengadakan wawancara menurut Lincoln dan Guba seperti yang dikutip oleh Moleong (2004 :135) adalah mengkonstruksikan mengenai orang, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain.

Wawancara mendalam adalah sebuah wawancara tidak berstruktur antara pewawancara dengan informan yang dilakukan berulang-ulang kali, sebuah interaksi sosial antara pewawancara dengan informan. Dengan berinteraksi dan menggali secara mendalam dapat menjelaskan fakta-fakta yang terdapat pada proses penelitian. Pertemuan dilakukan tidak dalam sekali pertemuan, tapi dilakukan hingga 4 kali wawancara agar dapat menghasilkan informasi yang lebih baik.

Proses wawancara dilakukan disaat kondisi sekitar tidak terlalu ramai, meskipun proses wawancara berlangsung di pangkalan ojek tidak menjadikan hambatan bagi peneliti untuk melakukannya. Informan yang diwawancarai terlihat dalam kondisi tidak terlalu sibuk dan beristirahat. Pertanyaan-pertanyaan yang

dilontarkan dimulai dari pertanyaan dasar seperti identitas informan, selanjutnya pertanyaan mengenai kegiatan informan sehari-hari seperti pukul berapa pergi bekerja dan pulang pukul berapa, lalu pertanyaan mengenai latar belakang pengendara dan hingga berakhir dengan pertanyaan strategi pengendara mendapatkan konsumen. Ketika wawancara berlangsung, hasil wawancara dicatat dalam bentuk catatan ringkas dan direkam menggunakan *handphone*. Setelah dilakukannya wawancara peneliti mendengarkan kembali hasil rekaman, membaca kembali point penting di lapangan hingga di perluas menjadi catatan lapangan.

Dalam penelitian ini informan yang diwawancara adalah pengendara ojek pangkalan, keluarga pengendara ojek pangkalan, masyarakat disekitar pangkalan ojek dan konsumen. Wawancara ini dilakukan di sela-sela informan pelaku yang sedang bekerja di pangkalan ojek, diwaktu yang berbeda wawancara dengan informan pengamat dilakukan dirumah informan pengamat. Dengan tidak bermaksud untuk mengganggu waktu dari informan tersebut, dan wawancara dengan masyarakat sekitar yaitu berlokasi di dekat pangkalan ojek di masing-masing kelurahan. Wawancara dimulai dengan mendekati informan dan mengajaknya berbincang sehingga percakapan bisa dilakukan dengan santai dan informan tidak merasa terganggu. Wawancara mendalam ini sudah terlaksana selama bulan Juni 2018.

Sebelum peneliti memulai proses penelitian ini peneliti terlebih dahulu mengurus surat izin penelitian lapangan ditingkat fakultas dan surat dari fakultas bahwa peneliti akan melakukan penelitian mengenai strategi pengendara ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen. Proses penelitian yang panjang, karena

diawali dengan observasi awal yang dilakukan sejak bulan November 2017. Proses observasi awal juga dibantu dengan mencari referensi baik melalui buku, jurnal online, internet, media cetak, dan lain sebagainya. Pencarian referensi berguna untuk mencoba melakukan pengayaan terhadap penelitian yang dikaji apa sudah pernah dilakukan sebelumnya atau tidak. Pencarian sumber referensi juga dimaksudkan untuk menggali bagaimana pentingnya penelitian dilakukan. Kriteria informan yaitu mereka yang telah bekerja sebagai pengendara ojek minimal 1 tahun lebih, kriteria ini penting untuk menetapkan informan pelaku supaya tidak terjadi kebingungan di lapangan. Sebelum melakukan penelitian ke lapangan, peneliti mencoba untuk mencari informasi serta memilah siapa saja yang dijadikan informan pelaku. Dimulai dari pengendara ojek pangkalan yang ada di Kecamatan Lubuk Begalung yang pengendaranya lebih ada di tiap-tiap Kelurahan, karena masih terdapat 14 lokasi pangkalan ojek di Kecamatan Lubuk Begalung saat sekarang ini.

Informan pelaku sebanyak 7 orang pengendara ojek pangkalan di 5 Kelurahan Kec Lubuk Begalung sebagai informan pelaku dan 18 informan pengamat, yang terdiri dari 7 orang informan pengamat di rumah, 5 orang pengamat teman pengendara ojek pangkalan dan 6 informan pengamat sebagai konsumen. Proses wawancara mendalam dilakukan mulai dari tanggal 25 Juni 2018 sampai 5 Oktober. Sebelum benar-benar bertanya untuk menggali data yang diinginkan, peneliti mendatangi rumah informan pelaku setelah wawancara mendalam dilakukan untuk mengkonfirmasi kebenaran informan yang dituju. Untuk penggalan informasi antara informan pelaku dan informan

pengamat wawancara dilakukan dalam waktu yang terpisah untuk menghindari intervensi dari pihak lain.

Pada umumnya, proses penelitian masing-masing informan pelaku dan informan pengamat memiliki waktu yang berbeda-beda. Untuk informan pelaku 1 peneliti kepangkalan ojek di Kelurahan Piai Tanah Sirah. Efendi sebagai informan pelaku. Peneliti mendekati Efendi dan berbincang-bincang mengenai seputar pangkalan ojek. Wawancara dilakukan pada tanggal 26 Juni 2018 pukul 16:00-17:30 WIB di pangkalan ojek Kelurahan Tanah Sirah Piai. Setelah itu dengan selang waktu berbeda dari informan pengamat dengan mencari rumah Efendi yang telah diberitahu ketika diwawancara. Peneliti mendatangi rumah Efendi yang disambut oleh anak pertamanya yang bernama Vera karena istri Efendi sedang tidak berada di rumah. Wawancara dilakukan pada tanggal 03 Juli 2018 pukul 17:00-18:00 WIB. Dengan waktu yang berbeda peneliti mewawancarai masyarakat yang berada di sekitar pangkalan ojek Tanah Sirah Piai, informan pengamat yang bernama Upiak dengan aktifitas menjaga depot air galon. Wawancara yang dilakukan pada tanggal 06 Juli 2018 pukul 14:50-16:00 WIB. Terakhir melakukan wawancara dengan konsumen yaitu, mengamati didekat pangkalan melihat siapa saja konsumen dari Efendi yang peneliti amati, akhirnya peneliti memutuskan informan yang sesuai dengan kriteria peneliti. Wawancara yang juga dilakukan oleh peneliti di rumah konsumen pada tanggal 10 Juli 2018 pukul 18:00-19:00 WIB.

Informan yang kedua, peneliti langsung ke pangkalan ojek di Batung Taba, Haksa sebagai informan pelaku peneliti. Haksa juga dipercaya sebagai ketua

ojek pangkalan Batung Taba. Wawancara yang dilakukan pada tanggal 11 Juli 2018 pukul 16:30-17:40 WIB. Setelah itu selang waktu yang berbeda peneliti ke rumah Haksa dan ada istrinya yang bernama Nurneli. Wawancara dilakukan kepada istri pengendara ojek tanggal 13 Juli 2018 pukul 14:20-15:25 WIB. Selanjutnya masyarakat yang berada di sekitar pangkalan ojek Kelurahan Batung Taba, peneliti mengamati disekitar, melihat warga yang mengetahui keseharian dan aktivitas pengendara ojek pangkalan. Wawancara pada tanggal 15 Juli 2018 pukul 15:30-16:20 WIB. Di waktu yang berbeda yaitu konsumen, peneliti menunggu didekat pangkalan ojek Batung Taba. Karena sebelumnya informan pelaku menyebutkan nama konsumen yang sering diantarannya pulang. Ketika itu peneliti melihat konsumen diantarkan pulang oleh pengendara ojek. Peneliti mengikuti dan mengetahui alamatnya. Wawancara pada tanggal 16 Juli 2018 pukul 10:00-11:00 WIB.

Informan pelaku yang ketiga, pengendara ojek yang bernama Muchlis di pangkalan ojek Cengkeh. Muchlis yang cocok sebagai informan pelaku terlebih dengan gaya berpakaian yang juga rapi. Wawancara pada 20 Juli 2018 pada pukul 14:30-16:00 WIB. Selanjutnya dengan waktu yang berbeda informan pengamat, peneliti mencari alamat rumah Muchlis dan disambut oleh istrinya yang berada di rumah. Wawancara pada tanggal 22 Juli 2018 pukul 16:00-17:15 WIB. Selanjutnya di waktu yang berbeda yaitu masyarakat disekitar pangkalan ojek Kelurahan Cengkeh. Peneliti mengamati disekitar pangkalan ojek dan melihat informan yang mengetahui keseharian aktivitas pengendara. Informan pengamat bernama Zal berjualan lontong dan juga sepray alas kasur disamping pangkalan ojek.

Wawancara pada tanggal 24 Juli 2018 pukul 13:00-14:00 WIB. Dan yang terakhir informan pengamat yaitu konsumen, peneliti mengamati sekitar beberapa hari untuk memastikan informan yang sesuai dengan kriteria. Peneliti melihat informan ini seorang guru yang diberitahu oleh informan pelaku dan diberitahukan alamat rumahnya. Wawancara pada tanggal 25 Juli 2018 pukul 14:30-15:20 WIB.

Informan pelaku yang keempat peneliti pangkalan ojek di Kelurahan Gates, pengendara ojek yang bernama Erwin. Peneliti langsung meminta waktu informan dan menanyakan tentang pangkalan ojek. Wawancara dilakukan pada tanggal 30 Juli 2018 pukul 14:40-16:10 WIB. Selanjutnya selang waktu yang berbeda informan pengamat, Di rumah ada istri Erwin yang bernama Res. Wawancara yang dilakukan dengan istri Erwin pada tanggal 31 Juli 2018 pukul 16:50-17:40 WIB. Selanjutnya informan pengamat masyarakat disekitar pangkalan ojek Kelurahan Gates, peneliti mengamati cukup lama, karena di lokasi ini ada 2 pangkalan ojek sehingga peneliti mencari informan yang bisa mengamati aktivitas sehari-hari kedua pangkalan ojek di Kelurahan Gates ini. Dengan mengamati, akhirnya peneliti menemukan informan pengamat yang bernama Oja yang sedang duduk di Ampera rumah makan. Wawancara yang dilakukan masyarakat sekitar pangkalan ojek pada tanggal 3 Agustus 2018 pukul 14:00-15:25 WIB. Kemudian diwaktu yang berbeda informan pengamat yang peneliti temui yaitu konsumen yang bernama Zul, seorang sopir truk, yang seringminta diantarkan. Jadi peneliti langsung mencari alamat yang telah



diberikan informan pelaku. Wawancara yang dilakukan kepada konsumen pada tanggal 7 Agustus 2018 pukul 11:00-11:55 WIB.

Informan pelakuyang kelima, Fauzan pengendara ojek Kelurahan Lubuk Begalung. Peneliti langsung menghampiri dan berbincang seputar ojek pangkalan. Wawancara pada tanggal 20 September 2018 pada pukul 14.00-15:40 WIB.Selanjutnya diselang waktu yang berbeda yaitu informan pengamat, ke rumah Fauzan yang tinggal bersama orang tuanya. Peneliti menghampiri informan pengamat yaitu Nursamsi orang tua Fauzan. Wawancara dengan Ibu informan pada tanggal 24 September 2018 pada pukul 15:30-17:00 WIB. Selanjutnya informan pengamat yaitu masyarakat sekitar pangkalan ojek, sebelumnya peneliti melihat dan mengamati informan yang mengetahui keseharian pengendara ojek pangkalan,peneliti memilih informan yang terdekat dengan pangkalan yaitu Arianto yang saat itu sedang berjualan Es. Wawancara pada tanggal 25 September 2018 pada pukul 16:00-17:00 WIB. Selanjutnya yaitu konsumen, dengan bertanya-tanya sama informan pelaku dan memberitahukan konsumennya yang hampir setiap hari memesan jasa ojeknya. Setelah itu peneliti langsung mencari alamat rumah konsumen yang disebutkan oleh informan pelaku, peneliti menemukan rumah konsumen.peneliti ke rumah konsumen yang bernama Gina.Wawancara yang dilakukan pada konsumen pada tanggal 28 September 2018 pukul 15:00-16:30 WIB

Informan pelaku yang keenam peneliti kembali ke pangkalan ojek yang di Kelurahan Lubeg, karena sesuai data yang peneliti dapatkan, peneliti mengambil 2 informan pelaku di Kelurahan Lubeg, informan pelaku yaitu Hendra dan peneliti

langsung bertanya. Wawancara pada tanggal 20 September 2018 pada pukul 16:00-17:35 WIB. Selanjutnya di waktu yang berbeda peneliti menemui informan pengamat yaitu istri Hendra yang bernama Rice. Wawancara pada tanggal 26 September 2018 pada pukul 11:30-12:25 WIB. Mengenai informan pengamat masyarakat sekitar pangkalan ojek kelurahan Lubeg, peneliti mengambil 1 informan pengamat yaitu Arianto yang sudah ada dijelaskan di informan pelaku kelima. Selanjutnya di waktu yang berbeda konsumen yang bernama Yona, mahasiswa yang menggunakan jasa ojek pangkalan ini. Menekos didekat SMA 4 Padang yang lumayan jauh masuk kedalam. Wawancara tanggal 29 September 2018 pada pukul 11:00-12:00 WIB.

Informan yang ketujuh ini informan pelaku yang peneliti jumpai dengan pangkalan ojek yang berbeda tetapi lokasinya juga di Kelurahan Gates yang bernama Sunanto yang dipercaya juga sebagai ketua di pangkalan Ojek. Wawancara pada tanggal 02 Oktober 2018 pada pukul 17:00-18:00 WIB. Selanjutnya di waktu yang berbeda informan pengamat, peneliti mencari rumah Sunanto. Berkunjung kerumah Sunanto dan disambut oleh istrinya yang bernama Rona Sinaga. Wawancara tanggal 5 Oktober 2018 pada pukul 14.30-16:00 WIB.

Sedangkan untuk Informan pengamat sekitar pangkalan ojek sudah ada di informan keempat, karena lokasi yang sama yaitu Kelurahan Gates jadi peneliti mengambil 1 informan pengamat yang mengetahui keseharian dan aktivitas pengendara ojek pangkalan di 2 pangkalan ojek Kelurahan Gates. Jika ada kekurangan data yang berhubungan dengan pangkalan ojek Kelurahan Gates

peneliti kembali lagi untuk menambah data dengan informan pengamat di Kelurahan Gates tersebut.

Itu adalah uraian yang sangat panjang dari proses penelitian yang dialami oleh peneliti. Dengan menandakan bahwa memang tidak mudah untuk mendapatkan data terkait dengan strategi pengendara ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen, ada juga yang menolak sebagai informan tapi akhirnya tetap mau menjadi informan. Namun, segala bentuk yang ada senang dan penolakan yang akhirnya mau juga sebagai informan menjadi pelajaran dalam upaya melakukan pendekatan penelitian yang lebih baik dengan informan.

#### **1.6.5. Unit Analisis**

Unit analisis merupakan satuan tertentu yang berhubungan dalam menentukan banyaknya subjek penelitian. Artinya ketika melakukan unit analisis yang dialokasikan adalah keseluruhan satuan unit yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian. Unit analisis ini dilakukan oleh peneliti agar validitas dan reabilitas penelitian dapat terjaga. Karena terkadang peneliti masih bingung membedakan antara objek penelitian, subjek penelitian dan sumber data. Unit analisis suatu penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah, dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahan (Irwan, 2015:87).

Unit Analisis dalam penelitian ini adalah kelompok. Hal tersebut berorientasi kepada strategi pengendara yang dilihat oleh keluarga, masyarakat sekitar dan konsumen Dalam melakukan analisis tersebut peneliti mencari informasi situasi dan kondisi yang dialami pengendara ojek dan keluarganya.

### 1.6.6. Analisis Data

Analisis data adalah aktifitas yang terus-menerus dalam melakukan penelitian kualitatif. Analisa data dilakukan bersama-sama dengan pengumpulan data sehingga pengumpulan data analisa berlangsung dari awal sampai akhir penelitian. Data tersebut sudah dikumpulkan dalam beraneka ragam cara seperti observasi, wawancara dan pengumpulan dokumen. (Afrizal, 2014: 174)

Dalam hal ini, analisis data yang dilakukan adalah analisis data Miles dan Huberman. Secara garis besar, Miles dan Huberman membagi analisis data dalam penelitian kualitatif ke dalam tiga tahap yaitu, kodifikasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Berikut disajikan secara mendetil ketiga tahap tersebut dan akan dijelaskan pula cara-cara melakukan setiap tahapannya yakni sebagai berikut :

Tahap kodifikasi data ini adalah tahap pengkodean terhadap data. Hal yang mereka maksud dengan pengkodean data adalah peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Hasil kegiatan tahap pertama adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Tema-tema atau klasifikasi itu telah mengalami penamaan oleh peneliti. Cara melakukannya adalah peneliti harus menulis ulang catatan-catatan lapangan yang mereka buat, setelah itu peneliti memilih informasi yang penting dan tidak penting tentunya dengan memberikan tanda-tanda.

Tahap penyajian data ini adalah sebuah tahap lanjutan analisis untuk menyajikan temuan berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman

menganjurkan menggunakan matrik dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian lebih efektif.

Tahap penarikan kesimpulan ini adalah suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi atas temuan suatu wawancara atau sebuah dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses coding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan (Afrizal, 2014 : 178-180).

Data yang dianalisis berupa 7 pengendara ojek pangkalan berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam yang telah dielaborasi kedalam catatan lapangan sebagai bahan mentah untuk melakukan analisis. Analisis dilakukan mulai dari melakukan penamaan terhadap bagian yang diklasifikasikan. Setelah itu, penamaan tersebut dijelaskan dan disajikan secara rinci. Untuk yang terakhir, peneliti kemudian menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah disajikan.

#### **1.6.7. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dapat diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014:128). Seperti yang dijelaskan pada latar belakang permasalahan, daerah yang dijadikan sebagai lokasi dalam penelitian ini adalah pangkalan ojek se Kecamatan Lubuk Begalung.

#### 1.6.8. Definisi Operasional Konsep

- **Strategi** adalah alat untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang, dengan menyatakan bahwa strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing.
- **Konsumen** adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.
- **Transportasi** adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakan oleh manusia atau mesin.
- **Pengendara** adalah Menurut KBBI orang yang mengendarai kendaraan dengan memboncengi orang dengan menggunakan motor
- **Ojek Pangkalan** adalah para pekerja transportasi ojek yang biasa berkumpul atau menetap di sebuah jalan yang sekiranya banyak mendapat penumpang.
- **Kaitan Ojek Dengan Perkotaan** adalah Keberadaan angkutan umum di perkotaan maupun di pedesaan sangat berpengaruh, seperti ojek pangkalan. Keterkaitan ojek dengan perkotaan berpengaruh sangat besar, pada umumnya masyarakat di Kota lebih memilih ojek ketimbang angkutan lain, karena ojek lebih cepat sampai dan bisa menyelip ketika macet di jalan.

### 1.6.9. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian mengenai strategi pengendara ojek pangkalan dalam mendapatkan konsumen. Dengan *Term of reference* bulan November 2017. Ujian seminar pada bulan maret 2018, perbaikan proposal dari bulan Maret-Mei 2018 dilanjutkan dengan terjun ke lapangan serta mencari data pada bulan Mei 2018. Tahap penulisan skripsi dan analisis data dilakukan pada bulan Juni 2018. Ujian skripsi direncanakan pada bulan Desember 2018. Jadwal penelitian ini dibuat sebagai pedoman pelaksanaandalam menulis karya ilmiah (skripsi) sesuai dengan tabel di bawah ini :

**Tabel 1.8**  
**Jadwal Penelitian**

[illegible]